

PERCEPCIONES SOBRE DESIGUALDADES DE GÉNERO EN EL TRABAJO PERIODÍSTICO

Florencia Rovetto Gonem
CONICET

Resumen

Las prácticas periodísticas de las mujeres como profesionales en los medios informativos locales, así como sus experiencias vitales en torno a las desigualdades de género, son analizadas en el marco de los debates actuales sobre sesgo de género y desigualdad en los medios de comunicación como un problema de derechos. Por medio de entrevistas en profundidad realizadas a cinco mujeres profesionales que trabajan en distintos medios informativos abordamos sus percepciones en torno a la vida laboral y personal, la organización socio laboral y la incorporación del debate sobre equidad e igualdad de oportunidades entre varones y mujeres en los medios de comunicación. Sus percepciones y experiencias vitales ponen en evidencia las dificultades para conciliar trabajo y vida; la discriminación y segregación a puestos de trabajo de menor jerarquía; la ausencia de la perspectiva de género, tanto en la gestión organizacional del trabajo periodístico como en la producción de contenidos informativos es una constante en los ambientes de trabajo informativo.

Palabras clave: género, desigualdades, trabajo, producción periodística

Abstract

Journalistic practices of female professionals in local media, as well as their life experiences around gender inequalities in local news production scenarios, are analyzed in the context of current debates on gender bias inequality in the media as a rights issue. Through in-depth interviews with five professional women who work in different media, we surveyed their perceptions about work and personal life, social and labor organization, and about the incorporation of the debate pertaining to equity and equal opportunities between men and women in the media. Their perception and life experiences highlight the difficulties in reconciling work and personal life; discrimination and job segregation to lower ranked positions; and the absence of a gender perspective in organizational management of journalism as well as in the production of contents as a constant in the informative workplaces.

Keywords: gender, inequalities, work, journalistic production

Introducción

El ámbito de la producción periodística, entendido como el escenario donde se desarrollan las prácticas laborales de un colectivo profesional compuesto por mujeres y varones, condicionados por un sistema de desigualdades de género (Gallego y Altès, 2004), es abordado en este estudio exploratorio a partir de las percepciones de las mujeres profesionales que trabajan en distintos medios periodísticos de la ciudad de Rosario, Argentina¹.

El peso de la interpretación recae sobre la teoría de género como perspectiva teórica para analizar las interacciones entre lo laboral y lo personal en el marco de un sistema de desigualdades basadas en la división sexual del trabajo (Pateman, 1995), donde el género, como elemento distintivo de los sexos, constituye una forma primaria de las relaciones significantes de poder (Scott, 1990, p. 44).

Asimismo, este trabajo se inscribe en el contexto de los debates actuales sobre sesgo de género y desigualdad en los medios de comunicación -de relevancia creciente en las últimas décadas a nivel internacional y, más tardíamente, a nivel nacional²- que nos ofrece una

temporalidad insoslayable para analizar las experiencias de las mujeres como productoras de contenidos informativos.

El interés por el acceso de las mujeres a los medios de comunicación y las críticas a éstos como “espacios privilegiados de reproducción de la ideología dominante” (Laudano, 2010, p. 41) fue una preocupación constante y creciente para las activistas y académicas feminista desde la década del 70, postulando que “si se quiere combatir las desigualdades profundas existentes por razón de sexo y que las medidas o planes que se creen para ello sean eficaces lo primero que se ha de modificar es el comportamiento de los medios de comunicación” (Abril, 1994, p. 56).

En la actualidad, los estudios que articulan la noción de género con el derecho a la comunicación distinguen tres ámbitos de indagación: el de la producción –que enfoca la estructura organizacional de los medios en donde domina el liderazgo masculino; el de la emisión –que analiza la representación de las mujeres en el discurso mediático– y el de la recepción de contenidos –que comprende los estudios de audiencia femenina (Vega Montiel, 2010).

Nuestra indagación exploratoria se centra en el primero de estos ámbitos, abordando por medio de entrevistas en profundidad, las percepciones de cinco mujeres que se desempeñan profesionalmente en las redacciones locales con intención de comprender

¹ Esta comunicación es parte de un proyecto investigación más amplio y en proceso de ejecución, financiado por CONICET, titulado: “Prácticas de producción periodística, diferencias de género y distribución de poder en los medios informativos de la provincia de Santa Fe”, cuyos objetivos se orientan a analizar y comparar las trayectorias y experiencias de mujeres y varones que trabajan en los escenarios de producción de noticias en la Provincia de Santa Fe, en el contexto actual del debate sobre “igualdad de oportunidades y derechos”, impulsado por el gobierno provincial.

² Parte de estos debates se encuentran implícitos en la formulación de recientes normativas

nacionales como la Ley 26.485 de *Protección Integral para Prevenir, Sancionar y Erradicar la Violencia contra las Mujeres en los Ámbitos en que Desarrollen sus Relaciones Interpersonales* (sancionada en abril de 2009) y la Ley 26.522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual* (sancionada en octubre de 2009).

¿cómo perciben las diferencias de género y la distribución de poder en las prácticas de producción periodística desarrolladas en los medios informativos locales? Esta pregunta general puede ser respondida desagregando los siguientes interrogantes: ¿qué diferencias aprecian en la organización de las rutinas de trabajo, la distribución de tareas y los procesos de toma de decisiones entre varones y mujeres?; ¿cuál es la incidencia *real* o *formal* de los principios normativos sobre *equidad de género*, *igualdad de oportunidades* y *conciliación laboral-familiar* en los medios informativos locales desde el punto de vista de las periodistas?

Un abordaje metodológico cualitativo nos permite contar con sus propios relatos en torno a tres dimensiones que entendemos estrechamente relacionadas: la primera abarca sus percepciones sobre los procesos de inserción laboral, las áreas de trabajo y las tareas que desempeñan en la estructura de las redacciones informativas; la segunda aborda las tensiones y dificultades para la conciliación entre la vida personal y profesional; y la tercera releva sus opiniones en torno a la incidencia del debate público sobre la *equidad de género* y la *igualdad de oportunidades* en el ámbito de trabajo. A partir de aquí ponemos el énfasis en el punto de vista de la población estudiada en acuerdo con la epistemología de la *Teoría del punto de vista (feminist standpoint, en inglés)*³

³ Harding (1996; 2000) ha contribuido al desarrollo de la *Teoría del punto de vista*, siendo una de las fundadoras del campo de la Epistemología Feminista. La autora parte del reconocimiento socialmente situado de las creencias que encarna los sujetos a partir de sus diferentes posiciones y roles sociales. De esta manera, la investigación social desde el punto de vista feminista se hace a partir de las experiencias

atendiendo tanto a la experiencia como al conocimiento adquirido por las situaciones vividas y el resultado de la interpretación de dichas circunstancias.

Marco teórico

Género, trabajo y medios informativos

Este trabajo se inscribe en el marco del amplio y diverso repertorio de los denominados estudios sobre género y comunicación, desarrollados de manera creciente en las últimas décadas, de cuya bastedad no pretendemos dar cuenta en esta comunicación por exceder los propósitos de la misma y por formar parte de otros estudios precedentes (Rovetto, 2013). No obstante, podríamos situar el inicio de los mismos en la década del 70, período en el cual se institucionaliza, en la mayoría de las disciplinas sociales y humanas, la perspectiva de género como deriva del pensamiento feminista (Lagarde, 1996).

Pero a su vez, en el campo específico de los estudios sobre la participación de las mujeres en los escenarios de producción periodística contamos con aportes teóricos que, a partir de la década del '80, convergen desde distintas áreas temáticas del campo de la sociología y de la comunicación, ofreciendo categorías de análisis y enfoques metodológicos novedosos: la sociología de la comunicación y la teoría de la comunicación de masas con enfoque de género, preocupadas por la relación de los *media* con la cultura, la significación de los mensajes en la construcción de la diferencia sexual, la identidad femenina y el sesgo de los estereotipos de género en la reproducción de la ideología dominante (Gallagher, 1979 y 1981; Mattelart y Jordà, 1982; Fagoaga y

de la persona o grupo investigado empezando, en este caso, por *la vida de las mujeres*.

Secanella, 1984, entre otras); la sociología de género, centrada en el análisis del empleo femenino, la incorporación de la mujer en el mercado de trabajo, las transformaciones intra-familiares (Borderías, et al., 1994); la perspectiva teórica del *Newsmaking*, interesada en las estructuras, las rutinas y la cultura profesional periodística (Wolf, 1979; 1987); y los aportes provenientes de la sociología de la profesión periodística que observa aspectos como la identidad profesional (Ortega y Humanes, 2000), las condiciones y roles en el trabajo (García de Cortázar y García de León, 2000) y la incompatibilidad entre vida profesional y privada (Papí Gálvez, 2008).

Posteriormente, en el contexto de la década del 90, el problema del acceso de las mujeres como productoras de contenidos en los medios de comunicación, visibilizado dos décadas antes por el movimiento feminista⁴, comenzó a formar parte de los debates *biensonantes*⁵ propagados internacional-

mente a partir de la IV Conferencia Mundial sobre la Mujer de Beijing de la ONU (1995), instando a los gobiernos miembros a *promover acciones para que las mujeres participen en la producción de los medios de comunicaciones* (s/d).

Ciertamente, con la Conferencia de Beijing se otorgó mayor visibilidad internacional al tema de las desigualdades entre mujeres y varones en todos los ámbitos de la vida como un problema de derechos; se identificó como elemento fundamental y originador de estas causas, al limitado acceso de las mujeres a los medios de comunicación y a las tecnologías de información, en términos de representación y de empleo. A partir de allí, algunos ámbitos de gestión política internacional propagaron la idea de que las imágenes estereotipadas de las mujeres en las industrias mediáticas, y su escasa participación como propietarias y productoras en los medios de comunicación son poderosas barreras que dificultan la universalidad de los derechos humanos (Chocarro, 2007; Chaher y Santoro, 2010).

Sin embargo, desde el movimiento feminista se ha sostenido que, a pesar de la importancia de tales declaraciones propiciadas por la ONU a nivel mundial, muy poco se ha avanzado en materia de equidad entre varones y mujeres como productores de contenidos en los medios de comunicación. La pretensión de estas declaraciones y sus postulados dirigidos a “aumentar el acceso de la mujer, su participación en la expresión de sus ideas y la adopción de decisiones en los

⁴ Las feministas destinaron grandes esfuerzos en diversos ámbitos académicos, sociales y políticos para realizar diagnósticos, recuperando experiencias y haciendo propuestas que evidenciaran esta problemática. En este marco se organizan las conferencias regionales con representantes del movimiento feminista de todo el mundo en Bangkok (febrero de 1994), de Quito (abril de 1994) y de Toronto (marzo de 1995). Más información en: http://www.nodo50.org/ameco/Documentos_anexos.pdf.

⁵ Con esta expresión nos referimos a las buenas intenciones expresadas en el punto J del Capítulo 3 de los compromisos de Beijing, considerada por las activistas feministas latinoamericanas como una postura que no supera los límites de la retórica discursiva con la que el texto declarativo de la ONU y sus réplicas nacionales introducen el tema de la igualdad de género en los medios de comunicación. Estos enunciados se han propagado institucionalmente sin poner en cuestión aspectos cruciales como la propiedad de

los monopolios mediáticos, consolidados en la década del '90 con la aplicación de las recetas neoliberales. Al respecto ver "Más que Palabras: mecanismos, recursos y justicia para el XXI" [en línea], disponible en: <http://www.fire.or.cr/archivo/febrero.htm>.

medios de difusión así como en las nuevas tecnologías de comunicación” (ONU, 1995, Art. 238) no han producido cambios estructurales y significativos a escala de los medios masivos (Chocarro, 2007).

Prueba de ello es que, en la actualidad, el periodismo con enfoque de género es llevado adelante, mayoritariamente, por mujeres nucleadas en asociaciones y redes que circulan por carriles paralelos a los medios informativos tradicionales, creando agencias de noticias con proyección internacional, valiéndose de los recursos y alcances que proveen las nuevas tecnologías, pero con escasa incidencia masiva en los territorios nacionales⁶.

Asimismo, entre las críticas al incumplimiento de los gobiernos nacionales frente a los postulados de Beijing, se señala la ineficacia para implementar acciones que afecten sustancialmente a la mundializada organización capitalista y patriarcal de propiedad y dirección de los medios de comunicación. La concentración de las industrias de la comunicación y la cultura -prensa, televisión, radio, telefonía, telecomunicaciones y empresas

editoriales- en grandes multinacionales radicadas en Europa o los Estados Unidos; y la incidencia cultural, política y económica de estos en el sistema mediático de los países periféricos, ha sido sistemáticamente denunciada por grupos activistas en pos del derecho a la comunicación a nivel global (Vega Montiel, 2010). En la misma dirección, se ha acrecentado un fuerte cuestionamiento a los cuatro mayores conglomerados de medios en la región latinoamericana -Globo de Brasil; Televisa de México; Cisneros de Venezuela y Clarín de Argentina-, como actores monopólicos de poder mediático⁷.

De ahí que, en la actualidad, se estén produciendo en distintos países latinoamericanos, resistencias político-jurídicas que, de forma sistemática, ponen de manifiesto el estancamiento de las acciones impulsadas por algunos gobiernos locales para revertir, al menos, el entramado monopólico de la industria mediática. Tales resistencias consisten en impedir la aprobación y/o la aplicación efectiva de leyes que pretenden regular el tope de licencias de señales privadas, la concentración de los medios y el monopolio de la palabra pública⁸.

⁶ Como ejemplos regionales de estos espacios de comunicación iberoamericanos podemos mencionar a la *Red Internacional de Periodistas con Visión de Género* (RIPVG), fundada en el año 2005 y a *Periodistas Argentina en Red* (PAR), fundada en el año 2006 (Chaher y Santoro, 2010). Entre las agencias de noticias feministas y con enfoque de género surgidas en la década del ‘90, se encuentra la mexicana CIMAC (Comunicación e Información e la Mujer), la primera agencia informativa especializada en difundir una agenda regular con las perspectivas y acciones de las mujeres y a la española AMECO PRESS (de la Asociación Española de Mujeres Profesionales de los Medios de Comunicación). Ambas agencias se encuentran articuladas con otros espacios similares de reciente creación y sus contenidos informativos tienen alcance internacional.

⁷ Para ejemplificar estos datos, en la actualidad los grupos Globo, Televisa, Cisneros y Clarín retienen el 60% de la facturación total de los mercados y de las audiencias. En Argentina Clarín controla el 31% de la circulación de los diarios, el 40,5% de la TV abierta y el 23,2% de la TV de pago. Brasil, México y Argentina reúnen más de la mitad de los diarios y emisoras de radio y televisión y el 75% de las salas de cine de la región (Moraes, 2013).

⁸ Si bien no es objeto de este trabajo adentrarnos en el problema de las articulaciones entre economía, política y medios de comunicación, es pertinente aludir a las innovaciones legislativas que comenzaron a impulsar distintos gobiernos latinoamericanos para contraponer los efectos monopólicos de la gestión mediática y promover

En línea con estos cambios legales se encuentran las estrategias de las activistas feministas (periodistas, comunicadoras y académicas) encaminadas a revertir el carácter patriarcal de las estructuras de poder en los medios de comunicación, basadas en la desigualdad y la subordinación de las mujeres y de otros colectivos sociales menos favorecidos en razón de sexo, edad o etnia. Tales estrategias, parecen ser más difíciles de llevar a cabo porque atentan contra todas las estructuras de las relaciones de poder que generan y sostienen el carácter androcéntrico del ordenamiento social dominante.

Esto es, la consolidación de la posición masculina como el centro de todo lo que se constituye (Moreno Sardà, 2008). Las principales corrientes teóricas feminista consideran las relaciones de género como relaciones de poder, responsables de la posición desigual y la subordinación en razón de sexo, representan las instituciones sociales (siendo los medios de comunicación una de ellas) como parcelas de su legitimación continua, según los valores imperantes que distribuyen los recursos de acuerdo con este orden androcéntrico de dominación (Papí Gálvez, 2008).

En este sentido, se sostiene que, a pesar de que en los últimos veinte años se ha producido un fenómeno creciente

de *feminización*⁹ de la profesión periodística, aún se mantiene el carácter androcéntrico de una desigual estructura laboral por sexo en las organizaciones mediáticas. El escaso número de mujeres en los puestos directivos de los rotativos y de otros medios de comunicación se ha convertido en la principal prueba de esta discriminación. La situación ha sido descrita como un *techo de cristal*¹⁰ (Gallego y del Río, 1994; López Díez, 2004) que funciona como barrera invisible ante las aspiraciones de ascenso de las mujeres periodistas.

Por otra parte, no es extraño registrar que una de las contribuciones más relevantes sobre este tema provenga de

⁹ La errática hipótesis de la *feminización* de los sectores económicos secundario y terciario del mercado de trabajo, llegó a plantear que “una mayor igualdad laboral entre los sexos dentro de los medios de comunicación conduciría a un cambio en los contenidos” (Papí Gálvez, 2008, p. 38). Este argumento fue contrastado porque tal hipótesis de *cambio* no aborda la complejidad de relaciones que se establecen en torno al trabajo y la trayectoria vital de las y los profesionales, dejando por fuera del enfoque los posibles vínculos con la división sexual del trabajo en todos los ámbitos de la vida y las dinámicas de poder intrínseca al sistema patriarcal de dominación (Bourdieu, 2000; Soriano, 2005).

¹⁰ “Techo de cristal” es la traducción de un término anglosajón, *glass ceiling*, necesario para denominar lo enigmático, lo críptico, lo secreto, lo indetectable, pero cuyo resultado es muy cuantificable, nominable, detectable y real (Wirth, 2001). Como ejemplo de este fenómeno, en Argentina, un reciente fallo de la Cámara Laboral en contra del diario *La Nación*, condenado a indemnizar con medio millón de pesos a una empleada que padeció “violencia de género y acosa moral”, expresa que “la situación de discriminación laboral padecida por P. se encuadra dentro del fenómeno que los estudios de género denominan procesos de segregación ocupacional vertical, manifestados en la baja participación de mujeres en los niveles más altos de responsabilidad”. Ver informe completo en: <http://www.diariojudicial.com/contenidos/2013/04/08>.

democratización del acceso a la producción. Al respecto, en Argentina, la Ley 26.522 de *Servicios de Comunicación Audiovisual*, hace referencia a los derechos de las mujeres en los medios de comunicación: “mejorar la capacidad de las mujeres para utilizar los medios informativos y la comunicación” (Art. 1) y “promover la protección y salvaguarda de la igualdad entre hombres y mujeres, y el tratamiento plural igualitario y no estereotipado, evitando toda discriminación por género u orientación sexual” (Art. 3). Disponible en: <http://www.leydemedios.com.ar/>.

un ámbito extra gubernamental: el Proyecto de Monitoreo Global de Medios (GMMP), implementado por la Asociación Mundial para la Comunicación Cristiana (WACC, por sus siglas en inglés) que se realiza cada cinco años desde 1995 y mide la presencia de mujeres y hombres en los medios noticiosos del mundo¹¹. Cada monitoreo pone de manifiesto la inequidad y segregación laboral que experimentan las periodistas a nivel mundial (WACC, 2010). El diagnóstico del GMMP realizado en Argentina en 2010 determinó que los varones son la principal voz conductora de los noticieros y que en su mayoría las mujeres presentan los temas asumidos socialmente como propios de mujeres¹².

A su vez, distintos estudios sobre la propiedad de los medios y sus repercusiones en las rutinas de producción señalan la ausencia de las mujeres a nivel global. El porcentaje de mujeres propietarias, editoras o jefas de departamento no llega ni siquiera al 0.6% (Peters, 2006). En Estados Unidos, sólo el 9% dirige alguna empresa pequeña de información o comunicación; en Europa, nada más el 12% de los puestos ejecutivos son ocupados por mujeres. El sector que concentra una mayor cantidad de mujeres es el de creadoras, reporteras y editoras, sin embargo, la cifra no llega

al 25% global (Byerly y Ross, 2006 en Vega Montiel, 2010, p. 87).

Al momento de realizar este trabajo no contamos con datos estadísticos que revelen el estado actual de la presencia numérica de varones y mujeres en las redacciones periodísticas de los medios locales¹³, pero a partir de los estudios consultados y las entrevistas realizadas podemos sostener que en las redacciones domina un ambiente *muy masculino* que se traduce en una cierta *cultura periodística* que no contempla entre sus presupuestos la dimensión de género (Melin-Higgins 2001).

En este sentido, la cultura periodística es entendida como la perspectiva del mundo compartida por un grupo de varones y mujeres y que consiste en una serie de valores, creencias y reglas sobre la manera de conducir y tratar ciertos temas (en las noticias) a través de rutinas productivas de trabajo con su correspondiente incidencia en el discurso producido (Gallego y Altès, 2004).

Así, la *cultura periodística masculina* imperante en las redacciones informativas, constituye un clima laboral que se representa en las conversaciones, actitudes y en las formas de ser y estar en los ambientes de trabajo: “no sólo hay más hombres... también se ven más” (Gallego y Altès, 2004, p. 58). Para esta autora, incluso las pocas mujeres que ejercen cargos de responsabilidad en los procesos productivos de los medios informativos se hacen notar menos, y

¹¹ El GMMP es la investigación de género en los medios más extensa y rigurosa que se realiza, simultáneamente, en más de 100 países. El último monitoreo (2010) relevó 1.365 diarios, canales de televisión, estaciones de radio y páginas noticiosas en internet en todo el mundo.

¹² Estos son los denominados temas “blandos” en las noticias (Gallego y Altès, 2004) que se presentan en las secciones de sociedad, espectáculos, salud, etc. Los datos del último GMMP realizado en 2010 en 108 países en todo el mundo, incluyendo Argentina, están disponibles en: <http://www.whomakesthenews.org>.

¹³ Es llamativo constatar que estos datos, así como su desagregación por niveles de jerarquía no han sido registrados en las estadísticas de los Ministerios de Trabajo (provincial y nacional) ni se visibilizan con claridad en los archivos sindicales de la prensa. Asimismo, consideramos que esta es una tarea pendiente para acercarnos con mayor precisión a la magnitud del problema que estamos tratando.

esto se da por medio de mecanismos que, la mayor parte de las veces, permanecen ocultos (p. 60).

Por último, entre los antecedentes de esta indagación a nivel local, encontramos un conjunto de producciones recientes vinculadas a la práctica periodística en el país, con trabajos de diagnóstico y análisis, llevados adelante por colectivos profesionales de mujeres periodistas sensibles a la temática -Periodistas de Argentina en Red por una comunicación no sexista (PAR) o el Equipo Latinoamericano de Justicia y Género (ELA)- que presentan propuestas concretas de *buenas prácticas*, en pos de generar mayores grados de equidad en la tarea periodística y en las representaciones sociales de los productos mediáticos (como los protocolos para el tratamiento periodístico de la violencia de género o los delitos de trata)¹⁴.

También en el contexto local se destacan recientes aportes de investigadoras y comunicadoras preocupadas por la transversalización de la perspectiva de género en las prácticas periodísticas y por la difusión del lenguaje no sexista como sendero para el trabajo profesional con *información plural, democrática y de calidad* (Chaher y Santoro, 2010).

Método

Como señalamos anteriormente, en este trabajo presentamos algunos

resultados obtenidos en torno a las experiencias vitales y prácticas laborales de las mujeres periodistas, relevando se punto de vista a través de los relatos personales de las propias implicadas (Harding, 2000; Gorlier, 2004). Exploramos los casos estudiados para reflexionar sobre las percepciones en torno a las experiencias vividas por las entrevistadas que trabajan en los medios informativos de la ciudad de Rosario, Argentina, con el fin de explicar cómo se reproducen las desigualdades de género en los escenarios de trabajo periodístico.

A su vez, consideramos que el contexto de indagación está determinado por la reciente promulgación de leyes nacionales que fomentan la *equidad de género* en los medios de comunicación y la puesta en marcha del Plan Estratégico de Igualdad de Oportunidades y Derechos en todos los ámbitos, iniciado por el gobierno de la provincia de Santa Fe. En este marco, establecimos con mayor precisión las diferentes dimensiones que conforman las variables e indicadores del fenómeno estudiado que desarrollamos a continuación.

Por otra parte, los criterios de selección utilizados para realizar las entrevistas cubren dos aspectos que se consideran relevantes en este estudio: abarcar la mayor diversidad generacional posible, contando con diferentes experiencias vinculadas a la profesión según la edad de las entrevistadas; e incluir diversas experiencias desarrolladas en distintos tipos de los medios de comunicación (prensa escrita, prensa online, radio y televisión) de la ciudad. Así, la muestra definitiva quedó conformada por cinco mujeres cuyas características sociodemográficas (estado civil, presencia de hijo/s/as) y laborales se resumen en la tabla 1 (ver página siguiente).

¹⁴ Entre las acciones llevadas a cabo recientemente por la Red PAR, se encuentra el Decálogo sobre un adecuado tratamiento periodístico de la violencia de género. Una herramienta dirigida a profesionales y estudiantes de periodismo y comunicación. Para acceder al decálogo, consultar <http://www.redpar.com.ar/>.

Para la realización de las entrevistas se confeccionó una guía semi-estructuradas de preguntas donde se incluyeron las variables e indicadores delimitados teóricamente para abordar el fenómeno de las trayectorias personales y las experiencias laborales de las mujeres que se desempeñan profesionalmente en las redacciones de los medios informativos¹⁵. De esta manera, los ejes de las entrevistas versaron sobre:

- *La organización socio laboral:* acceso al trabajo, cargo que ocupan, las tareas realizadas, obstáculos formales e informales, procesos de promoción y ascenso para mujeres y varones en los escenarios de trabajo.
- *Las tensiones para la conciliación entre vida laboral y personal:* composición de la estructura familiar, reparto de tareas, cantidad de horas dedicadas a las tareas laborales fuera y dentro del hogar.
- *La incorporación del debate sobre equidad de género y la igualdad de oportunidades entre varones y mujeres en los medios de comunicación:* incidencia de la transversalización de la perspectiva de género, aplicación de protocolos y lenguaje no sexista.

Como explicamos más arriba, en este trabajo intentamos contar con los relatos de mujeres con diferentes edades y recorridos diversos. Así, relevamos las percepciones sobre las experiencias vitales y las prácticas laborales de una periodista menor de 30 años, dos que están comprendida en la franja etaria de

30 a los 40, una periodista mayor de 40 y otra mayor de 50 años de edad.

En relación con los estudios cursados, tres de las periodistas entrevistadas completaron su formación universitaria alcanzando el título de licenciadas en Comunicación Social. Las dos restantes aún no han concluido su formación de grado, habiendo dejado sin terminar las licenciaturas en Ciencias de la Educación y Comunicación Social, respectivamente. Sobre este punto, ambas periodistas refieren que terminar los estudios “es una deuda pendiente con ellas mismas” y “es un tema postergado” pero que eso no les ha impedido insertarse laboralmente.

Respecto al cargo que desempeñan en las redacciones, cuatro de las cinco entrevistadas son redactoras y una sola desempeña el cargo de secretaria de redacción en un periódico de información general impreso. Esta última periodista (T.S.) también co-conduce, acompañada de un colega varón, un programa informativo radial (frecuencia AM).

Como podemos ver en la tabla anterior, además de T.S., la periodista F.C. también desarrolla sus actividades laborales en dos tipos de medios. Por la mañana trabaja en el móvil de exteriores para un programa informativo que se transmite al medio día por la señal local de una empresa de televisión por cable. Pero a su vez, en simultáneo con esta actividad, trabaja como cronista de exteriores para un programa informativo radial que abarca toda la jornada matutina en una señal universitaria de radio FM. Las otras entrevistadas que, en la actualidad, desarrollan sus actividades laborales en un sólo espacio periodístico, refirieron que en diferentes momentos de sus carreras también trabajaron simultáneamente para dos o tres medios locales.

¹⁵ Las entrevistas fueron realizadas en sesiones individuales con cada periodista. En la misma se explicaron los argumentos de la investigación y se solicitó autorización para grabar la conversación. Los relatos de las entrevistadas fueron transcritos para realizar el análisis cualitativo que presentamos a continuación.

Al respecto de sus múltiples inserciones laborales, que en algunos casos se produce de forma esporádica y en otros de forma permanente, las cinco periodistas aluden a que la precariedad de algunos contratos de trabajo y los bajos salarios las han conducido a desarrollar tareas en distintas empresas mediáticas a la vez. Este dato permite vislumbrar las exigencias vitales que implica para las periodistas una profesión de “alto rendimiento” desarrollada en condiciones desfavorables.

A su vez, si bien todas las entrevistadas están agremiadas en el Sindicato de Prensa de Rosario y utilizan sus servicios no todas participan en la política sindical activamente. En la actualidad, sólo una de las entrevistadas, cuenta con media licencia gremial por formar parte de la comisión directiva del sindicato.

Finalmente, en relación al estado civil y las características actuales de la composición del hogar, tres de las cinco entrevistadas son solteras, viven solas y no tienen hijo/s/a/s. Sólo dos entrevistadas comparten su vida privada con otras personas: **S.A.** divorciada, vive con un hijo y dos hijas mayores de 18 años y es la principal aportante económica del hogar; y **G.V.** que vive con su cónyuge en concubinato y un hijo de 2 años¹⁶.

Resultados

Percepciones sobre la organización socio laboral

En este apartado analizamos la mirada de las mujeres periodistas sobre su propio trabajo en relación con el

acceso al medio, el cargo que ocupan, las tareas realizadas, los obstáculos formales e informales que encuentran y los procesos de promoción y ascenso para mujeres y varones en los escenarios de trabajo. Cada entrevistada ha priorizado unos aspectos más que otros a partir de su propia experiencia personal.

Respecto a las condiciones de acceso al medio periodístico en el que trabajan actualmente, **G.V.** refiere que “*se suelen tomar pruebas de trabajo (en mi sección de redacción) y casi siempre con iguales reglas para hombres y mujeres*”. Esta experiencia difiere en los casos de las periodistas que tienen más antigüedad en la profesión. En su recorrido por distintos medios periodísticos **T.S.** comenta que estaba trabajando en radio cuando el jefe del periódico la convocó para hacerse cargo de la tapa del lunes. Esta periodista ya había trabajado anteriormente en el diario como redactora, pero en esta vuelta ingresaría con el cargo “*honorífico*” de secretaria de redacción: “*actualmente ocupo un tercer lugar en la toma de decisiones (por debajo del secretario general del diario y del jefe de redacción). Estoy excluida en las decisiones generales, salvo de lo que sale los lunes porque nadie quiere trabajar el domingo*”. Además de editar y decidir lo que sale en la tapa del diario del lunes, esta periodista tiene asignada la edición general de la contratapa el resto de los días hábiles. Pero refiere que allí casi no toma ninguna decisión. Le dicen *lo que debe ir*, salvo que ella quiera promover un tema particular y “*eso me trae peleas y enfrentamientos con los otros dos jefes*”. Sobre todo cuando se trata de temas vinculados a las cuestiones de género.

También, respecto a las tareas que realiza, esta periodista afirma que “*recién ahora yo estoy logrando pedir las notas*

¹⁶ En los tres casos referidos, no poseer cargas familiares también deja por fuera de sus responsabilidades el cuidado de personas mayores o dependientes.

que van el día lunes. Ha habido épocas en las que he tenido que escribir las tres cabezas (las notas más importantes). Lentamente me fui corriendo de ese lugar y ahora pido que me garanticen las notas para que edite el diario del lunes”.

Al adentrarnos en sus percepciones en torno a los procesos de promoción y ascenso **T.S.** señala que *“cuando alguien se va del diario, los otros dos jefes deciden a quien llamar. Ellos son la oficina de recursos humanos en la precaria estructura del diario en Rosario”* (explica que es un diario pequeño que se edita como suplemento local, anexo a un diario publicado en la ciudad de Buenos Aires de alcance nacional).

También **T.S.** se refiere a la situación de una compañera redactora, diez años menor que ella, que ingresó por un vínculo familiar con uno de los jefes: *“es una chica joven que trabaja mucho más que cualquiera de los varones. No tiene horario, la llaman a cualquier hora. Le hacen pagar el derecho de piso. Es la única que trabaja como redactora los domingos junto conmigo y un técnico. Cumple una carga horaria muy superior al resto”*. Este testimonio ejemplifica las condiciones informales de acceso a los puestos de trabajo y, a su vez, nos permite identificar algunas dificultades concretas que las periodistas enfrentan cotidianamente.

Respecto a la paridad entre mujeres y varones en las redacciones las entrevistadas señalan que hay mayoría de varones en casi todos los sectores de los medios informativos, salvo en el área administrativa y ventas donde priman más las mujeres. Esta tendencia sólo cambia en la redacción del periódico online donde el plantel femenino es levemente más numeroso. Sin embargo, el diario online pertenece a un grupo

mediático que también cuenta con señales de radios (AM y FM) y una señal televisiva, donde según **G.V.** *“prolifera mayormente los varones”*.

En relación a la distribución de cargos en las jefaturas y los lugares de toma de decisión, todas las entrevistadas, excepto **C.F.**, tienen un varón como jefe directo de área o de sección. Al respecto, **V.L.**, redactora de un importante diario impreso local, señala que *“las mujeres prácticamente no ocupamos lugares de jefatura en el medio en el que trabajo. Actualmente sólo hay dos jefas, una en economía y otra, obviamente, en el suplemento Mujer (que por supuesto no se hace con perspectiva de género)”*. También se refiere a su experiencia laboral y la segregación por sexo que vivió en otros medios locales: *“cuando hace unos 5 años trabajé en una emisora radial de AM como co-conductora del programa informativo que iba de 9 a 12 hs. (la franja horaria la más fuerte de la radio), era la única mujer que estaba en el aire en toda la ciudad. Habitualmente, en la radio las mujeres ocupan los puestos de locutoras o productoras”*. Finalmente, respecto a los mecanismos de promoción y ascenso enfatiza que *“los más encuadrados con la línea editorial del diario suben más rápido y generalmente son varones. Las mujeres tardan más y nunca llegan a una secretaría o a alguna jefatura, salvo como segunda jefa”*. Estas afirmaciones aluden a la existencia de un *techo de cristal* que opera de manera silenciosa pero permanente en los medios informativos locales.

Esta situación es percibida de otra manera por la periodista **C.F.** que trabaja en la redacción del informativo que se transmite por una señal de cable local: *“el consejo de redacción tiene dos cronistas en la calle con cámara (de las cuales una*

soy yo). *Una chica que hace guion. La jefa que hace producción. O sea que entre 4 o 5 personas resolvemos el área de prensa, y en ese colectivo somos 3 mujeres fuertes*". En su experiencia laboral, **C.F.** percibe la relación con la jefatura de forma muy distinta a los otros casos analizados. Este es el único medio informativo analizado donde la jefatura está a cargo de una mujer. Para la entrevistada, si su jefe fuera un hombre: *"el tratamiento de los temas de género que abordamos sería muy distinto. Se abordarían los temas como confrontación con los hombres o como disputitas de las mujeres entre sí... creo que al tener como jefa a una mujer sensible a estas cuestiones, se le pueden escapar cosas, pero se tratan más seriamente los temas de género que en otros medios"*.

Sobre este aspecto, **S.A.** señala que *"en mi caso, como dirigente sindical no he pasado por procesos de promoción. Esta establecido que no podría pasar de ser redactora"*. Esta situación en parte es percibida como una elección personal. Refiere que, si bien goza de su trabajo como redactora en un periódico local, con los años de profesión que lleva, nunca le interesó ser jefa porque: *"tendría limitaciones. Actualmente escribo noticias que abordan diversas problemáticas de género locales, algunas veces las tengo que pelear para que se publiquen, pero tengo cierta libertad para elegir los temas. Además, si pudiera incidir en la línea editorial incorporando la perspectiva de género me interesaría una jefatura. Pero esto no existe como posibilidad en ningún diario"*.

Conciliación entre vida laboral y personal

En relación a este aspecto, y según los datos antes mencionados, solo dos de

las entrevistadas tienen cargas familiares. **S.A.** de 57 años con hijo e hijas mayores de edad refiere que las tareas domésticas son responsabilidad casi exclusiva de ella que es quien "organiza la casa". También alude a que es "ayudada" por una empleada que contrata por horas semanalmente y que se encarga de la limpieza de la casa. El hijo y las hijas suelen realizar algunas tareas que ella encarga (u "ordena" según sus propias palabras) y que no ha llegado a realizar por estar fuera del hogar, ya sea su actividad laboral o sindical. Por su parte, **G.V.**, que tiene a su cargo un hijo pequeño, señala que las tareas del hogar *"las compartimos con mi pareja"* y que también cuenta con la colaboración de una empleada doméstica una vez por semana.

Las otras tres entrevistadas viven solas y resuelven ellas mismas las tareas domésticas del hogar. En promedio, las cinco mujeres periodistas le dedican 3 horas diarias al trabajo en el hogar. Todas coinciden en que el tiempo asignado a las tareas domésticas es debitado de sus tiempos de capacitación, ocio y recreación.

En cuanto a la carga horaria en el trabajo todas acuerdan que, si bien se manejan con "cierta" libertad en el cumplimiento de la jornada diaria (6 horas según el convenio de trabajo¹⁷), las características de la profesión genera una vinculación permanente con el ambiente de trabajo y se plasma en jornadas interminables que empiezan a la mañana

¹⁷ En el Convenio Colectivo de Trabajo N° 153/91, Art. 6.- Jornada de trabajo: La jornada normal de trabajo de todos los beneficiarios de este convenio se prolongará no más de 6 horas diarias, ni de 30 horas semanales, gozando así de 2 días, preferentemente ininterrumpidos de franco por semana. Convenio completo disponible en: <http://www.spr.org.ar/gremial>. Recuperado: 15 de junio de 2013.

y terminan cuando cierra la edición. Así, el periodismo en prensa se percibe “absorbente”, disolviendo la posibilidad de desarrollar plenamente una vida personal o familiar al margen del mismo. Tampoco las actividades formativas son una prioridad de la política empresarial de los medios locales, según el punto de vista de las entrevistadas.

Respecto a existencia de recursos que faciliten la conciliación laboral en las empresas, las entrevistadas coinciden en señalar que no existen medidas formales establecidas en esa dirección. A excepción de la licencia por maternidad que está regulada por la Ley de Contrato de Trabajo¹⁸, los acuerdos y permisos son de carácter extraordinario y se solicitan individualmente con alto grado de informalidad.

Por ejemplo, para G.V., “suele haber acuerdos informales entre los mismos pares o con el jefe directo. Si hay alguna situación de enfermedad en la familia se suele pedir el día para no asistir a trabajar pero en el caso de tener que inscribir a un niño al jardín, acompañar en la adaptación o llevarlo al médico en un control de rutina, lo usual es que cambie mi horario de trabajo para poder asistir a ese compromiso y también cumplir con la jornada laboral”.

¹⁸ La Ley de Contrato de Trabajo (art. 177 y siguientes) regula la protección de la maternidad y los correspondientes derechos de la trabajadora que se encuentre en esa situación. Establece los plazos involucrados en esta contingencia (concebir, dar a luz y amamantar a un hijo). Su duración es de 90 días, distribuidos de la siguiente manera: 45 días antes y 45 días posteriores a la fecha probable de parto. O, a opción de la trabajadora (siempre que su estado de salud, certificado por profesional médico competente, lo permita): 30 días antes y 60 días después de la fecha probable de parto. En Ministerio de Trabajo: <http://www.trabajo.gov.ar/infogeneral/faq.asp>. Recuperado: 15 de junio de 2013.

También S.A. coincide en señalar que las empresas mediáticas no promueven medidas positivas para conciliar la vida laboral y familiar, y esto se convierte en “*el principal problema para comprometer a las trabajadoras de prensa con la militancia sindical. A las compañeras que tienen hijos pequeños les cuesta comprometerse*”.

En ambos relatos podemos ver cómo opera en el ámbito laboral público el proceso de división sexual del trabajo que asigna a las mujeres las tareas de cuidado familiar propias del ámbito doméstico, poniendo de manifiesto las tensiones percibidas por las periodistas entrevistadas en pos de lograr el sostenimiento de ambas esferas.

Percepciones sobre equidad de género e igualdad de oportunidades

En este apartado intentamos relevar las nociones y percepciones de las entrevistadas en torno a los debates actuales sobre equidad e “igualdad de oportunidades” entre mujeres y varones en los medios de comunicación, en el marco de innovaciones legislativas promovidas por el activismo feminista y las instituciones gubernamentales a nivel nacional y local.

La temática de la equidad de género y las recientes medidas para lograrla es conocida por las cinco mujeres entrevistadas, sin embargo, es percibida al margen de los escenarios de trabajo. Esto se constata cuando todas afirman, categóricamente, que la perspectiva de género no se ha incorporado en la estructura organizacional de las empresas mediáticas.

A su vez, las periodistas coinciden en señalar que “los temas de género” son tomados casi exclusivamente por las periodistas mujeres. Al respecto G.V. señala que “*más de una vez los varones*

redactores o el mismo editor nos los derivan” como si sólo fueran temas de mujeres.

Esta situación también es percibida de distintas maneras por **T.S.** y **V.L.** Para la primera, en las últimas décadas, ha habido cambios importantes en la sociedad que se reflejan en el trabajo periodístico *“ahora hay muchas periodistas jóvenes y algunos varones jóvenes que están interesados en los temas de género. Además, el piso del sentido común cambió. Cuando la noticia fue la muerte de Alicia Muñoz, el piso del sentido común era ‘algo habrá hecho para que el marido la haya matado’. Hoy decir esto en los medios no es políticamente correcto”*¹⁹. Sin embargo, también para ella, en el presente *“no todos los periodistas problematizan el sexismo dominante en las noticias ni su mirada machista de algunos hechos noticiosos”*.

En cambio, **V.L.** no percibe grandes cambios culturales al interior de la redacción respecto al tratamiento de las temáticas de género que se producía en décadas pasadas: *“lo/as jóvenes que ingresan a la redacción no traen una cabeza más renovada. Esto se da porque en las carreras de periodismo y comunicación no se ha incorporado la perspectiva de género, a pesar de que en*

la sociedad si se han producido grandes cambios”.

Sobre este aspecto, **V.L.** comenta que *“hay un criterio de selección de notas distribuidas según el sexo: las más políticas o las más económicas las hacen los varones. Yo estoy para salir a la calle, para la nota de color, las entrevistas, las notas de género. Pero estas últimas hay que pelearlas mucho. El ‘día de la no violencia de género’²⁰ tuve que insistir en que salga el tema. A los varones de la redacción ni les interesa ni lo entienden”*.

Al respecto de la cultura periodística dominante, **T.S.** refiere que: *“el día que murieron dos chicas en Rosario por abortos clandestinos. Yo estaba a cargo de la edición y decidí hacer la tapa con eso. Seguro que mis jefes no lo hubieran decidido así. Las tapas sobre temas de género las he propuesto yo cuando estoy a cargo y para mis jefes ‘esas son las cosas de las que se ocupa tal (por ella misma) y ahora contagió también a la otra’ (por la compañera joven que se mencionó anteriormente)”*.

Las percepciones de las dos periodistas más jóvenes sobre este aspecto no difieren sustancialmente de las anteriores. Frente al tratamiento periodístico de la “violencia de género”, **C.F.** considera que *“ha mejorado mucho, pero aún queda mucho por hacer”*. Al respecto, **G.V.** aporta que *“en la redacción hemos decidido utilizar un lenguaje no sexista a la hora de hablar de las personas trans. Lo mismo con los casos de violencia de género que antes se titulaban con frecuencia como ‘crimen pasional’”*. Sin embargo, señala la

¹⁹ El caso de la muerte de Alicia Muñoz -ex pareja del famoso boxeador, Carlos Monzón- en febrero de 1988, fue analizado por los estudios críticos de género y comunicación como un hito significativo en la visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres en el país. Hasta entonces, mediante esporádicas crónicas policiales se hablaba de episodios extremos o conmovedores referidos a “problemas conyugales” sin vincularlos entre sí, conforme una matriz periodística que desde larga data los clasificó como “sucesos” y una matriz cultural más general que desde tiempos inmemoriales los confinó como “asuntos privados” (Laudano, 2010; Saítta 1998).

²⁰ En referencia al 25 de noviembre que, a partir del Primer Encuentro Feminista Latinoamericano y del Caribe, celebrado en Bogotá en 1981, se estableció como el *Día Internacional de No Violencia contra las Mujeres*.

“naturalización” del sexismo en los medios: *“en la interface online del diario proliferan las noticias de ocio y publicidades que genera muchos ‘clicks’. Estos son videos de producción ‘hot’ con vedettes o modelos femeninos. Rara vez escuché decir en la redacción que eso debía sacarse por representar a las mujeres como objeto sexual”*.

Por último, nos referimos a los prejuicios sexistas que imperan en la cultura periodística y que son percibidos por una de las entrevistadas como *“agresiones personales por parte de sus colegas”* (V.L.). Para V.L. *“todo el tiempo tenemos que pelear nuestro el lugar y que se nos respete como mujeres... De tarde, en la sección donde trabajo soy la única mujer y la cargada es permanente... el chiste funciona como estrategia defensiva frente al avance de las mujeres”*.

Al respecto, G.V. señala que *“hay ciertas situaciones que a mi criterio tienen que ver con el acoso moral en el trabajo. A veces creo que tampoco hay un lugar donde plantearlo y lo peor es que muchas compañeras naturalizan agresiones verbales gratuitas de compañeros varones, sin problematizar sobre lo que realmente encierran como agresión para las mujeres”*.

Además, S.A. coincide en que *“siempre hay un trasfondo de gastada y de chiste fácil sobre los temas de género. Es muy desgastante”*. Además, frente a las carencias de debates serios respecto a las desigualdades de género en todos los ámbitos de la sociedad, esta periodista señala que en los informativos no se aplican los protocolos para el tratamiento no sexista de la información ni existe o se respeta un libro de estilo que incorpore la recomendaciones producidas en las normativas recientes sobre equidad

de varones y mujeres en los medios de comunicación.

Finalmente, todas coinciden en destacar la ausencia de capacitaciones que se orienten a sensibilizar y concientizar tanto a mujeres como a varones en los escenarios donde se producen los mensajes para incorporar la dimensión de género en la valoración informativa.

Conclusiones

El recorrido exploratorio por las percepciones de las mujeres periodistas, relevando sus experiencias situadas en el contexto de las prácticas laborales en distintos medios informativos de la ciudad de Rosario, nos permite sistematizar algunas conclusiones provisorias para profundizar en futuras aproximaciones al fenómeno estudiado. En este apartado retomamos la interpretación analítica de las entrevistas, articulando los resultados obtenidos con las nociones aportadas por la literatura precedente sobre la temática específica.

Las trayectorias vitales de las mujeres entrevistadas, que comprende tanto el acceso al trabajo y las tareas desarrolladas en cada medio informativo como sus proyectos personales y familiares, expresan las formas en las que los ámbitos de producción periodísticas reproducen la *división sexual del trabajo por medio de esquemas de segregación femenina y dominación masculina*.

Tal como pudimos ver en los relatos de las entrevistadas existen mecanismos de segregación socio laborales que afectan de forma particular a las mujeres periodistas, tensionan las rutinas de trabajo y obstaculizan las posibilidades de promoción y ascenso a puestos mejor cualificados y más remunerados.

Así, en el análisis de las experiencias laborales de las mujeres en las

redacciones informativas de los medios locales, podemos constatar la persistencia del fenómeno conceptualizado como *techo de cristal*. Todas coinciden en señalar que, si bien la incorporación de las mujeres en este ámbito, se ha incrementado respecto a décadas pasadas, en el conjunto de los medios analizados, su presencia numérica está lejos de ser paritaria con la de sus pares varones; y que el desarrollo de sus funciones y cargos no avanza progresivamente en la pirámide jerárquica de las empresas. Con algunas excepciones, la participación de las mujeres en puestos directivos y decisivos es actualmente muy reducida. Del mismo modo que en otros ámbitos de trabajo, en los escenarios de producción informativa (con variaciones y diferencias ocasionalmente importantes) existen fuertes barreras ascendentes que reproducen tradicionales esquemas de segregación ocupacional vertical.

En esta línea, las tensiones existentes entre las periodistas entrevistadas y quienes ejercen el poder de mando en los espacios de toma de decisiones (jefaturas y secretarías de redacción) pone de manifiesto la complejidad de las relaciones de género al interior de las redacciones. Sus relatos dan cuenta de las dificultades para integrarse en una suerte de “cultura periodística masculina” cuyas expresiones más agresivas están naturalizadas en las prácticas de trabajo cotidianas y se manifiestan solapadamente en forma de prejuicios y menosprecios de connotación sexual por medio de la humorada sarcástica de sus pares varones.

En relación a las posibilidades de conciliación entre vida laboral y personal observamos que las dificultades para desarrollar una vida familiar plena (formar pareja, maternar) y para disfrutar

del tiempo de ocio y recreación están condicionadas por las exigencias propias de una actividad laboral de “alto rendimiento”, que requiere una gran dedicación por parte de las profesionales entrevistadas. Estos aspectos, también son percibidos como obstáculos para la realización de otras actividades relacionadas con el desarrollo profesional en el sector, como la capacitación profesional o a la participación activa en el ámbito de la política sindical. Al respecto, Ortega y Humanes (2000) señalan que las condiciones laborales de la profesión repercuten en las dinámicas de socialización y organización de la vida exigiendo una “disponibilidad total para su ejercicio” (p. 25). En este sentido, de acuerdo con las percepciones de las entrevistadas, la experiencia laboral “es vivida” como una “profesión-sacerdocio” en la que el trabajo ocupa la mayor parte del tiempo, disolviendo la posibilidad de desarrollar plenamente una vida personal y/o familiar plena.

Por otra parte, la ausencia de la perspectiva de género en la gestión organizacional del trabajo periodístico así como en las principales líneas de producción de contenidos informativos es percibida por las entrevistadas como una resistencia problemática que obstaculiza el desempeño profesional del conjunto de los trabajadores. En este punto se destaca el desinterés por incorporar los debates actuales sobre equidad e igualdad de oportunidades entre mujeres y varones en las rutinas de trabajo y en las líneas editoriales de los medios analizados. Según la opinión de algunas entrevistadas existe cierto rechazo por parte de jefes y directores de sección para abordar en profundidad temas como violencia de género, aborto, trata de personas, economía del cuidado, trabajo doméstico, entre otros. Estos

temas no son prioritarios en la construcción de la agenda informativa y, en la mayoría de los casos, son noticiados por insistencia de las propias entrevistadas. De esta manera, se perciben mecanismos visibles e invisibles que operan en las rutinas de trabajo (Gallego y Altès, 2004), poniendo al descubierto el enfoque y tratamiento androcéntrico de la realidad social que impera en las redacciones (Moreno, 2008) al invisibilizar o banalizar las problemáticas que afectan directamente a los colectivos de mujeres en la actualidad. Ciertamente, la ausencia de la perspectiva de género en la gestión organizacional del trabajo periodístico, pero también, en las principales líneas de producción de contenidos informativos, es percibida como una resistencia problemática en el contexto actual de los debates públicos en torno a la equidad entre mujeres y varones en todos los ámbitos.

En este punto podemos advertir que el principio de “igualdad de oportunidades” propuesto en las normativas sancionadas a nivel local, con el cual se pretende morigerar los efectos de las desigualdades entre mujeres y varones, está lejos de convertirse en una medida de “acción positiva” aplicada en las organizaciones mediáticas, y mucho más lejos aún está de ser un instrumento capaz de *deconstruir las bases culturales del sistema patriarcal de división sexo-genérica del trabajo*.

A partir de este trabajo, consideramos que la aproximación exploratoria al campo de las prácticas periodísticas, relevando el punto de vista de las mujeres profesionales, nos permite proyectar nuevos marcos interpretativos para elaborar propuestas concretas de

intervención. En tal sentido, se hace necesario continuar con esta línea de indagación en el contexto actual, donde las informaciones y las tecnologías constituyen un elemento de diferenciación respecto a sistemas sociales anteriores y la profesión periodística enfrenta retos a los que está obligada por su condición de intermediaria de ese flujo constante de ideas, acontecimientos, opiniones, formas de ser y estar, para poder elaborar piezas y relatos más acordes con las exigencias sociales presentes en el siglo XXI que incluyan una mirada equitativa y plural sobre el conjunto de mujeres y varones que formamos parte de las actuales sociedades democráticas.

En futuras aproximaciones al campo nos proponemos continuar con el relevamiento de las percepciones de los varones periodistas en torno a los problemas planteados para poder comparar los resultados obtenidos en esta primera etapa de la investigación. También esperamos articular esta indagación con el análisis del discurso informativo, abordando las representaciones de estereotipos de género en los contenidos, teniendo en cuenta variables de invisibilización de problemáticas específicas que afectan a las mujeres y a las condiciones posibles para el desarrollo de “igualdad de oportunidades” “formales” y “reales” entre mujeres y hombres en la organización y las prácticas de producción periodística en los medios locales.

REFERENCIAS

- Abril, N. (1994). *Las mujeres en la prensa diaria vasca*. Bizkaia: Universidad del País Vasco.
- Bourdieu, P. (2000). *La dominación masculina*. Barcelona: Anagrama.
- Byerly, C. y Ross, K. (2006). *Women and Media, A Critical Introduction*. Londres: Blackwell.
- Borderías, L., Carrasco, C. & Alemany, C. (1994). *Las mujeres y el trabajo. Rupturas conceptuales*, Barcelona: Icaria.
- Chaher, S. & Santoro, S. (2010). *Las palabras tienen sexo II. Herramientas para un periodismo de género*. Buenos Aires: Artemisa.
- Chocarro, S. (Coord.) (2007). *Nosotras en el país de las comunicaciones: miradas de Mujeres*. Barcelona: Icaria.
- Elizalde, S. (2007). De encuentros y desencuentros. Hacia un mapa indicial del vínculo género/comunicación. *Cuadernos Críticos de Comunicación y Cultura*, 3, 15-40.
- Fagoaga, C. & Secanella, P. (1984). *Umbrales de presencia de la mujer en la prensa española*. Madrid: Instituto de la Mujer.
- Gallagher, M. (1979). *El modo de presentar a la mujer en los medios de comunicación*. París: UNESCO.
- Gallagher, M. (1981). *Unequal Opportunities The Case of Women and the Media*. París: UNESCO.
- García De Cortázar, M. & García De León, M^a A. (2000). *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*. Madrid: CIS.
- Gallego, J. & Del Río, O. (1994). *El sostre de vidre: situació sòcio-professional de les dones periodistas*. Barcelona: Institut Català de la Dona
- Gallego, J. (Comp.) (2002). *La prensa por dentro. Producción informativa y transmisión de estereotipos de género*. Barcelona: Libros de la Frontera.
- Gallego J. & Altès, E. (2004). Estereotipos y roles de género en los medios de comunicación. En P. Lopez Diez (Ed.). *Manual de información en género* (pp.37-68). Madrid: Instituto Oficial de Radio Televisión Española e Instituto de la Mujer.
- Gorlier, J. C. (2004). *Comunidades narrativas. El impacto de la praxis feminista sobre la teoría social*. La Plata: Ediciones al Margen.
- Harding, S. (1996). *Ciencia y feminismo*. Madrid: Morata.
- Harding, S. (2000). ¿Existe un método feminista? En E. Bartra, (Comp.), *Debates en torno a una metodología feminista* (pp. 9-34). México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Lagarde, M. (1996). *Género y feminismo. Desarrollo humano y democracia*. Madrid: Horas y Horas.
- Laudano, C. (2010). "Visibilidad mediática de la violencia hacia las mujeres: continuidades y cambios en Argentina (1983-2009). *Derecho y Ciencias Sociales*, 3, 88-110.
- López Diez, P. (2004). "El techo de cristal también existe en los medios". Disponible en: <http://mujeres.usal.es/data/core/archivos/congresooint.doc>. Recuperado: 1 de abril de 2013.
- Mattelart, M. y Jordà, J. (1982). *Mujeres e industrias Culturales*. Barcelona: Anagrama.
- Global Media Journal México, Volumen 10, Número 20, Pp. 54-73

- Melin-Higgins, M. (2001). "Coping with Journalism: Gendered Newsroom Culture". En *Jornadas de discusión sobre la construcción de los estereotipos de género en los medios de comunicación*. Barcelona: UAB.
- Moraes, D. (2013). "¿Por qué la Ley de Medios de Argentina es referencia fundamental para América Latina?". Disponible en: <http://alainet.org/active/61175>. Recuperado 20 de junio de 2013.
- Moreno Sardà, A. (2008). *De qué hablamos cuando hablamos del hombre. Treinta años de crítica y alternativas al pensamiento androcéntrico*. Barcelona: Icaria.
- ONU (1995). *IV Conferencia Mundial sobre las Mujeres*. Beijing: Naciones Unidas.
- Ortega, F. y Humanes, M. (2000). *Algo más que periodistas. Sociología de una profesión*. Barcelona: Ariel.
- Papí Gálvez, N. (2008). *El género entre bastidores. El caso de las periodistas de la Comunidad Valenciana*. Alicante: Universidad de Alicante.
- Pateman, C. (1995). *El contrato sexual*. Barcelona: Anthropos.
- Peters, B. (2006). "Equality for Quality: Setting Standards for Women in Journalism. IFJ Survey on the Status of Woman Journalist". Disponible en: <http://www.ifj.org/assets/docs/231/007/a61e5e7-2c52b07.pdf>. Recuperado: 20 de mayo de 2013.
- Saítta, S. (1998). *Regueros de Tinta*. Buenos Aires: Sudamericana.
- Scott, J. (1990). "El género: una categoría útil para el análisis histórico". En J. Amelang y M. Nash (Eds.), *Historia y género: las mujeres en la Europa Moderna y Contemporánea*. Valencia: Alfons edicions.
- Soriano, J. (2005). "La incorporación de la mujer a la profesión periodística en España: crítica a la hipótesis de la feminización", *F@ro* 2. Disponible en: <http://www.revistafaro.cl>. Recuperado: 11 de junio de 2013.
- Rovetto, F. (2013). "Estudios feministas y medios de comunicación: Avances teóricos y periodísticos en España y Argentina", *F@ro* 16. Disponible en: <http://www.revistafaro.cl>. Recuperado: 11 de junio de 2013.
- UNESCO (2009). *Instalar el equilibrio. Igualdad de género en el periodismo*. Bélgica: Federación Internacional de Periodistas.
- Vega Montiel, A. (2010). "Las mujeres y el derecho humano a la comunicación: su acceso y participación en la industria mediática". *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales* 52 (208), 81-95.
- Wirth, L. (2001). *Breaking through the glass ceiling: Women in management*. Ginebra: OIT.
- Wolf, M. (1979). *Sociología de la vida cotidiana*. Madrid: Cátedra 1982.
- Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós, 2000.

Florencia Rovetto Gonem es Doctora en Periodismo y Ciencias de la Comunicación, investigadora del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), profesora de la Facultad de Trabajo Social de la Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER) y de la Facultad de Ciencia Política y Relaciones Internacionales de la Universidad Nacional de Rosario (UNR), Argentina.

Artículo recibido: 14 de agosto de 2013

Dictaminado: 21 de octubre de 2013

Aceptado: 29 de octubre de 2013